

البراندينج 101

**دليلك
المجاني
للبراندينج**

وتصميم الشعارات

تمت الترجمة والمراجعة بواسطة
فريق المجتمع الابداعي :

مراجعة :
سعد الغامدي
@S3Dcc

ترجمة :
محمد النهاري
@casket_nahari

مقدمة

لمن هذا الدليل ؟

أي شخص يريد فهم البراندينج بشكل أكثر بساطة .

لماذا وضع هذا الدليل ؟

لتعليم العامة قوة البراندينج وإعطائهم الأدوات التي تساعد في بناء البراند الخاص بهم .

ماذا ستتعلم ؟

- أساسيات البراندينج .
- فوائد البراندينج .
- كيف تبني البراند الخاص بك .
- ما الذي يصنع العلامة الجيدة .
- البقرة الوردية ولماذا يجب أن تهتم .



شرح البراندينج



الشعار

تميز الشركة أو المنظمة أو
الشخص بشعار أو علامة



الهوية

الجوانب البصرية والحسية
التي تكوّن البراند



البراند

فهم صورة المنظمة
بشكل عاطفي

الهوية أو صورة الشركة مصنوعة من عدة أشياء
بصرية وحسية مثل :

- الشعار :
- (وهو رمز يستخدم في كامل الهوية والبراند) .
- القرطاسية :
- (ورق المراسلات - الكروت الشخصية - الأظرف ..) .
- المطبوعات التسويقية :
- (الفلايرات - الكتالوجات - الموقع وغيره) .
- الإنتاج والتغليف .
- مواد التواصل الحسي الأخرى :
- (الصوت - الرائحة - اللمس ونحوهم) .
- كل ما سبق يمثل هوية البراند ويقويها بشكل عام .

تستطيع وصف أي **براند** على أنه منظمة أو
خدمة أو منتج بخاصية يتم تشكيلها حسب
فهم الجمهور المستهدف لها .

جيف بيزوس مالك أمازون و أغنى شخص في
العالم قالها بشكل أفضل : " البراند هو مايقوله
الأشخاص عن عملك حرفياً وأنت غير موجود
معهم نفس الغرفة " .

ببساطة كل ما يقولونه أو يشعروا به ، لذلك
كان البراندينج شيء مهم .

الشعار يجب أن يُعرّف النشاط بطريقة سهلة و مميزة وراسخة في الذهن . وليس من المهم أن تحتوي على
مايقدمه هذا النشاط أي أن شعار شركة سيارات ليس من الضروري أن يحتوي على سيارة .

فوائد البراندينج

يختلف مفهوم البراندينج من شخص إلى شخص ولكن الجميع يتفق على
قوة البراندينج.



1 - سهولة الإدراك من العميل
اجعل البراند ظاهراً ومختلفاً
عن منافسيك .



2 - ولاء العملاء
حاول أن يعود لك العميل
مراراً .



3 - التناسق
البراند المتناسق أكثر رسوخاً
وتأثيراً .



4 - القيمة المالية
جميع العناصر المرتبطة بالبراند
تزيد من قيمته .



5 - زيادة المصداقية
إظهار المنشأة كعمل احترافي
متكامل .



6 - جذب المواهب
عندما تمتلك براند عظيم فمن
المؤكد أنك ستكون هدفاً
للموهوبين .



7 - منح قيمة إضافية
ترتبط بالعملاء عاطفياً مما
يزيد من الولاء .



8 - تمنحك ثقة
البراند القوي يظهر قيمته
العالية مما يكسبه الثقة.

كيف تبني البراند الخاص بك

١# عرّف استراتيجية البراندينج الخاص بك :

البراند القوي الذي يتم تعريفه جيداً يساعد على نمو شركتك بسهولة، ولكن ما الذي يجعل البراند قوي ؟

غالباً ما يجعل البراند مذهلاً ليس عنصراً واحداً ، بل مزيج متنوع .

وهذا ما يجعل الكثيرين يقعون في الخطأ ، لذلك أنت تحتاج استراتيجية البراند .

ولاتنسى أن تكون استراتيجية البراند متوازية مع أهداف المنشأة ، عميلك المستهدف و منافذ البيع واستقبال العملاء .

ولتأخذ انطباع اكثر عن هذا الأمر فلنأخذ ايكيا كمثال .

على الرغم بأنهم ليسوا شركة مبتدئة بالطبع ولكنهم مثال قوي جداً على البراندينج، لماذا؟

هم معروفين بأسعارهم التي في متناول الجميع ، متاجرهم الضخمة ، تجربة العملاء لديهم ، الأفكار الجديدة والمنتجات المبتكرة .

هل رأيت ؟ ايكيا ليست مجرد شعار . لذلك قم بتعريف استراتيجيتك في البداية .

٢# طور هوية البراند الخاص بك :

لتكوين براند قوي جداً أنت تحتاج إلى :

شعار : رمز يمثل منشأتك .

عبارة لفظية : قصيرة ورنانة .

عناصر بصرية : مجموعة ألوان متناسقة ، خطوط وأسلوب تصميم .

صوت : نبرة البراند ، عباراته وتركيب الجمل .

فور الإنتهاء من هذه الأشياء ، تستطيع بسهولة بناء باقي عناصر البراند مثل :

موقعك الإلكتروني ومنشورات التواصل الاجتماعي والقرطاسية وغيره.

٣# أنجز ، قيّم ، عدّل :

البراند ليس شيء منقوش على الصخر فهناك أمور قد تطرأ تجبرك على إعادة النظر في العناصر مثل تغير عملائك ، التقنيات الجديدة والتأثيرات الاقتصادية .

ما الذي يصنع شعاراً مميزاً؟

الشعار الجيد فعال دائماً ، ومميز .
بسيط في الشكل وينقل رسالة محددة

طويل المدى

اسأل نفسك كم المدة التي تريد
من الشعار أن يبقى ؟
(كوكا كولا)

بسيط

الشعار البسيط سهل في الرؤية
والفهم ويوصل الرسالة بشكل
أسرع . (أبل)

٥ أسرار
لتصميم
شعار مميز

ملائم للنشاط

ان يجذب عملائك يختلف شعار
مكتب محاماة عن شعار متجر
العباب . (تويوتا راس)

مرن

سهل الاستخدام في مختلف
التطبيقات الورقية والإعلانية
والتقنية . (ناكي)

راسخ في ذهن

يبقى في ذهن العميل من أول نظرة .
(ماكдонаلدز)

البقرة الوردية !!!

ماذا تعني؟؟

تعرف على (البقرة الوردية)
الخاص بك :

#1

قبل أن تصنع براندك الخاص يجب أن يكون لديك سوق مستهدف ، وأن تضع أهداف محددة وخطة وفقاً لذلك.
ألقي نظرة أين أنت الآن وأين تريد أن تكون مستقبلاً ؟

اسأل نفسك :
ماذا تريد أن تُعرف به شخصياً ؟ في مجال الأعمال . ماهو التعريف الذي تريده ؟
ماذا عن هذه الاسئلة بعد سنتين، خمسة سنوات وحتى عشرة سنوات ؟

ربما تريد أن تنفرد في مجال عملك أو تريد أن تنشئ متجراً إلكترونياً عملاقاً ، حتى أن تفكر بأن تكون جوجل القادم .

مهما كان هدفك ، يجب أن تخطط له جيداً منذ البداية .

ماهو مفهوم البقرة الوردية ؟
ولماذا يجب الاهتمام به ؟

أنت تعلم أن البراندينج هو موضوع قديم . أليس كذلك؟

حتى مع تطور التقنية وتقدم وسائل التواصل الاجتماعي لا يزال هذا الموضوع فعال دائماً . ولكن أصبحت التنافسية فيه أكبر لصنع براند بإمكانه أن ينمو ويزدهر .

لهذا السبب يجب عليك صنع براند متفرد ومميز ، فأنت إما أن تتحكم في المنافسين أو تختفي من السوق .

أنت لا تريد بناء براند فقط أنت تريد أن تكون مختلفاً ، أنت يجب أن تكون (البقرة الوردية) .

من كتاب سيث جودينز " البقرة البنفسجية " غيرها مؤلف الكتاب للوردية لتتماشى مع البراند الخاص به .

والآن كيف تكون البقرة الوردية في مجالك .



بعد أن وضعت أهدافك وخططت لسوقك المستهدف وفهمت ماذا تريد أن تعرّف به .. إذاً جاء وقت بناء البراند ، إبدأ بهذه الثلاث أساسيات لصناعة البراند :

* هويتك البصرية المميزة :



وجود هوية بصرية قوية هي أفضل طريقة لتمييز البراند الخاص بك عن المنافسين ، هويتك البصرية يجب أن تكون متناسقة وتعكس أهدافك التي وضعتها مسبقاً .
وفي نفس الوقت من المهم أن تكون مرنة بحيث تستطيع تنفيذها في مختلف طرق التواصل .
وهذا يشمل الشعار والخط والألوان والقرطاسية وصفحات مواقع التواصل وغيره .

* موقعك الإلكتروني ، اسم الدومين و بريدك الإلكتروني:

WWW.

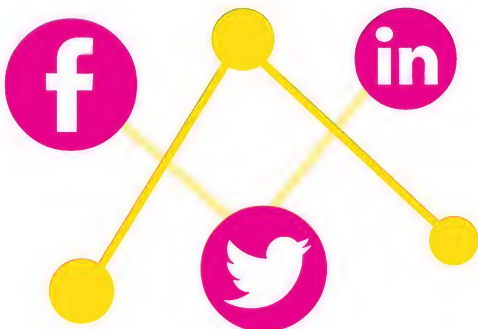


john@smith.com



هل تعرف ماذا يحدث عندما يبحث الأشخاص عن نشاطك في جوجل ؟
من المفترض أن يكون اسم الدومين مطابقاً لحساباتك في الشبكات الإجتماعية وأيضاً رابط الإيميل ليكون أسهل للوصول إليك من جميع محركات البحث كما أنه يعكس قوة البراند .

* شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بك:



ليس من الكافي أن يكون لديك حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي . من المهم أن تكون ناشطاً فيها .
تشارك المحتوى ، تقدم قيمة إضافية في مجالك ، تسأل وتجاوب وتتفاعل مع المتابعين على قدر المستطاع مع المحافظة على نبرة البراند وطريقة صياغة العبارات والجمل .
وتذكر أن أي شيء تقوله أو تشاركه سينعكس على البراندينج الخاص بك .

JUST™ CREATIVE



HIRE A PRO

Logo Design
Branding
Brand Strategy

Web Design
Print Design
Consulting

Jacob Cass

Jacob Cass is an Australian graphic designer who runs the popular design blog, JUST Creative, which doubles as his award-winning design & branding firm. Jacob's clients have included Disney, Coca-Cola and Nintendo. Jacob has spoken at TEDx, been featured in Forbes, Entrepreneur and has been awarded LinkedIn's exclusive "Best of" for graphic design. He enjoys writing in third person and would love to take your brand to the next level.

Visit justcreative.com

Contact Jacob Cass
jacob@justcreative.com



تمت الترجمة والمراجعة بواسطة فريق المجتمع الإبداعي :

ترجمة :



محمد النهاري
@casket_nahari

مراجعة :

سعد الغامدي
@S3Dcc

 /www.theCS.net

 /@theCSnett

  Bē /@theCSnet